



Warszawa, 23 listopada 2016 r.

BASS DROP Z DESPERADOSEM

PIERWSZY FESTIWAL BEZ GRAWITACJI

Desperados nadał nowy poziom festiwalom muzycznym, organizując pierwszy na świecie festiwal bez grawitacji - BASS DROP. Ten niesamowity eksperyment odbył się w samolocie lecącym na wysokości ponad 9 km nad pustynią Nevada. Desperados wzbił się w przestworza, by dać swoim fanom muzyczne doświadczenie, jakiego nie przeżyli nigdy wcześniej.

Dwa dni ekstremalnej muzycznej przygody przeżyli uczestnicy festiwalu Bass Drop, który odbył się w październiku tego roku w Las Vegas w USA. Na zaproszenie Desperadosa wzięły w nim udział 74 osoby z całego świata, w tym także z Polski. Zwieńczeniem wydarzenia był specjalny lot, podczas którego festiwalowicze unosili się w samolocie pozbawionym grawitacji i imprezowali w stanie nieważkości.

Festiwal w przestworzach

Muzyka EDM (electronic dance music) i ekstremalne warunki dla ludzkiego organizmu wywołały zupełnie niewyobrażalny efekt bass drop. Muzyczny bass drop jest jak rollercoaster, to jedno z najintensywniejszych fizycznych doświadczeń, które dźwięk może nam dostarczyć. Zaś Desperados podbił jego moc podwójnie.

Specjalnie przygotowany samolot, wyposażony w nagłośnienie i eksperymentalny pokaz świateł, zabrał grupę ludzi wybranych przez Desperadosa i wzbił się w powietrze. W miarę, jak unosił się w przestworza, bit serwowany przez didżeja na pokładzie narastał. Prawdziwa zabawa zaczęła się, gdy samolot osiągnął wysokość 9 km. Wtedy nadeszło najsilniejsze uderzenie basu, a równocześnie samolot zaczął gwałtownie opadać, wprowadzając wszystkich w stan nieważkości.

By wzmocnić doznanie bass drop bez grawitacji, Desperados zaprosił do współpracy przy tym projekcie znanego amerykańskiego neurobiologa Daniela Levitina. Naukowiec konsultował z astronautami z NASA to jak odbierany jest dźwięk w stanie nieważkości, a następnie współpracował z didżejem Mike'iem Cervello przy tworzeniu specjalnego setu muzycznego, który spotęguje wrażenie rozciągającego się czasu.

Desperados kreatywnie inspiruje

*- 20 lat temu Desperados tworząc piwo o smaku tequili, odrzucił wszystkie obowiązujące wcześniej zasady. Od tamtego momentu niezmiennie podążamy tym szlakiem i robimy wszystko inaczej. Desperados Bass Drop to dla naszych fanów nowy wymiar muzycznego doświadczenia i możliwość sprawdzenia, jak smakuje niepokorna natura naszej marki - mówi **Anna Bizoń, Global Brand Director Desperados**. Bass Drop jest częścią globalnej kampanii Desperadosa „Release your Inner Tequila”, w której marka eksperymentuje z muzyką i dostarcza konsumentom unikalnych doświadczeń w tym obszarze.*

By wziąć udział w festiwalu bez grawitacji, trzeba było najpierw udowodnić, że ma się w sobie wystarczająco dużo Inner Tequili, o której mówi Desperados. W tym celu powstała specjalna aplikacja Inner Tequila Scanner, która analizowała treści publikowane przez użytkownika w social mediach i na ich podstawie wskazywała, co pozytywnie go wyróżnia, które jego posty mają najwięcej Inner Tequili i jak zwiększyć jej poziom.

Spośród ponad 6500 zeskanowanych osób z Polski, do Las Vegas poleciały tylko trójka uczestników, które wykazały się największym przyrostem Inner Tequili. W muzyczną podróż bez grawitacji Desperados zaprosił też dwoje polskich influencerów. Karolina Gilon oraz dj i producent muzyczny Ment XXL relacjonowali Bass Drop w swoich mediach społecznościowych. Z tego niezwykłego festiwalu w przestworzach powstał film, który można już oglądać na kanałach społecznościowych Desperadosa:

<https://youtu.be/xvzBZvVR6rQ> oraz <https://youtu.be/DKqplpJQn9A>

Dodatkowych informacji udziela:

Anna Godzisz | Roots PR

kom. 666 066 853 | e-mail: anna.godzisz@rootspr.pl

Desperados to unikalne połączenie piwa i tequili, której zawdzięcza wyjątkowy, zaskakujący smak i orzeźwiający aromat. Marka kierowana do Millennials - generacji młodych dorosłych, którzy żyją odważnie i nie boją się łamać utartych schematów. Na rynku dostępne są 3 warianty: Desperados, Desperados Red i Desperados Nocturno. To najdynamiczniej rozwijająca się marka w portfelu GŻ.

Grupa Żywiec to jeden z czołowych producentów piwa w Polsce posiadający najszerze portfolio 11 stylów piwnych, 15 marek i 34 produktów. Marką flagową firmy jest Żywiec – jedno z najpopularniejszych polskich piw eksportowych, sprzedawane za granicą od ponad stu lat. Do najsilniejszych marek spółki należą też: Heineken, Warka i Tatra. Ważną część oferty Grupy Żywiec stanowią piwa regionalne: Królewskie (Polska centralna), Leżajsk (południowo-wschodnia), Specjal (północna) i Brackie (południowa). Spółka prowadzi również dystrybucję zagranicznych piw specjalnych (Desperados, Paulaner, Affligem) oraz polskich piw specjalnych (Kaper, Żywiec Porter, Żywiec Marcowe, Żywiec Białe, Żywiec Bock, Żywiec Saison, Warka Radler). Firma powiązana jest z Grupą HEINEKEN, największym producentem piwa w Europie. Grupa Żywiec w 2015 roku sprzedała 11,6 mln hektolitrów piwa warzonego w pięciu browarach, tj. w Warce, Elblągu, Leżajsku oraz Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu i Browarze Zamkowym Cieszyn. Grupa Żywiec jest jedyną spółką spośród największych producentów piwa w Polsce, notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, gdzie zadebiutowała 24.09.1991 r. Więcej informacji o firmie: www.grupazywiec.pl